



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**PENGUNAAN MEDIA PERANGKAT *INFOCUS*
DALAM BERDAKWAH DAN RESPON AUDIEN
TERHADAP KEEFEKTIFAN PESAN DAKWAH**
(Studi Kasus Jamaah Masjid di Masjid AT-Taqwa Kota Cirebon)

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial Islam (S.Sos.I)
Pada Fakultas ADDIN
Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)**



**MOH. NADZIRUL ALAM
NIM 07210014**

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) SYEKH NURJATI
CIREBON
2013M/1434H**



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

ABSTRAK

Moh. Nadzirul Alam : Penggunaan Media Perangkat Infocus dalam Berdakwah
Dan Respon Audien Terhadap Keefektifan Pesan Dakwah
(Studi Kasus Jamaah Masjid AT-Taqwa Kota Cirebon)

Permasalahan yang sering ditemukan dalam pelaksanaandakwah adalah pesan yang disampaikan oleh *da'i* tidak sampai kepada audien. Sering kali *madh'u* merasa jenuh, atau bosan karena pengemasan pesan dakwah yang disampaikan cenderung monoton. Akibatnya *madh'u* tidak fokus terhadap materi yang disampaikan oleh *da'i*. karenanya diperlukan strategi dakwah yang tepat agar dakwah, khususnya model ceramah, dapat terus tumbuh dan berkembang dalam masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk Mengetahui Respon Audien terhadap model Dakwah menggunakan Media perangkat *Infocus* dengan tidak menggunakan Media perangkat *Infocus* dan Untuk Mengetahui Respon Audien tentang pengaruh dakwah melalui perangkat *Infocus* terhadap proses dakwah pada Jamaah Masjid AT-Taqwa kota Cirebon.

Penyusunan skripsi ini berdasarkan pada kerangka pemikiran bahwasanya dakwah merupakan suatu aktifitas yang tidak kaku. Berkembang seiring dengan perkembangan masyarakat. Audio-visual (AV) adalah salah satu media yang paling penting, luwes dan berkembang pesat untuk praktisi hubungan masyarakat. Karenanya penggunaan media-media pendukung dalam pelaksanaan dakwah merupakan suatu hal yang positif selama tidak menyalahi syariat islam.

Skripsi ini menggunakan metode penelitian Deskriptif. Penulis berusaha mendapatkan data-data dan fakta melalui observasi, wawancara dan penyebaran angket kepada jamaah pengajian yang menggunakan media *infocus*.

Hasil penelitian penulis menemukan bahwa Respon Audien terhadap model Dakwah menggunakan Media perangkat *Infocus* dengan tidak menggunakan Media perangkat *Infocus* dapat dilihat dari segi *da'i*, *madh'u* dan penyampaian materi dakwahnya dengan Respon positif dan merasa terbantu terhadap kegiatan dakwah yang menggunakan media *infocus*, hal tersebut dilihat dari suasana santai yang terbentuk sehingga jamaah dapat lebih fokus dan menyerap materi dakwah yang disampaikan. Adapun Respon Audien tentang pengaruh dakwah melalui perangkat *Infocus* terhadap proses dakwah pada Jamaah Masjid AT-Taqwa kota Cirebon yaitu berupa menjadikan *da'i* lebih percaya diri, materi dakwah yang disampaikan menjadi lebih sistematis, proses dakwah berlangsung lebih menarik, membantu jamaah dalam memahami materi dakwah yang disampaikan dan menjadikan proses dakwah menjadi lebih komplit.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

PENGESAHAN

Skripsi berjudul *Penggunaan Media Perangkat Infocus Dalam Berdakwah dan Respon Audien Terhadap Keefektifan Pesan Dakwah (Studi Kasus Jamaah Masjid AT-Taqwa Kota Cirebon)*. Oleh Moh.. Nadzirul alam, NIM 07210014 telah dimunaqasahkan pada Rabu, 28 Agustus 2013 di hadapan dewan penguji dan dinyatakan lulus.

Skripsi ini telah memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana sosial islam (Sos.I) pada jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) Fakultas ADDIN IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Cirebon, 28 Agustus 2013

Panitia Munaqasah	Tanggal	Tanda Tangan
Ketua Jurusan Babay Barmawi, M.Si NIP.197309211999031002	02-Sept 2013	
Sekretaris Jurusan Arief Rachman, M.Si NIP.196909272000031003	02-Sept 2013	
Penguji I Drs. Abdul Basit, M.Ag NIP.196505141996031001	02-Sept 2013	
Penguji II Dra. Yayah Nurhidayah, M.Si NIP.196204201988032001	02-Sept 2013	
Pembimbing I Sitti Faoziah M.Ag NIP. 197111151998032001	02-Sept 2013	
Pembimbing II Babay Barmawi, M.Si NIP. 197309211999031002	02-Sept 2013	

Cirebon, 02-09-2013

Mengetahui,

Dekan Fakultas ADDIN



DR. H.Adib, M.Ag
NIP.197405151998031003



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah penulis ucapkan karena dengan rahmat dan hidayah-nya, skripsi ini dapat selesai. Begitu banyak tantangan dalam penyelesaian skripsi yang berjudul

“PENGUNAAN MEDIA PERANGKAT INFOKUSDALAM BERDAKWAH DAN RESPON AUDIEN TERHADAP KEEFEKTIFAN PESAN DAKWAH(STUDI KASUS JAMAAH MASJID AT-TAQWA KOTA CIREBON” ini. Namun berkat bantuan dari berbagai pihak, akhirnya selesai juga. Pada kesempatan yang berbahagia ini penulis sampaikan terima kasih atas bantuan, dukungan dan motivasi yang telah diberikan.

1. H.Adib, M.Ag Dekan Fakultas ADDIN Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon.
2. Babay Barmawi, M.Si selaku Ketua Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)
3. Arief Rachman, M.Si selaku Sekertaris Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)
4. Sitti Faoziah M.Ag selaku dosen akademik sekaligus bimbing skripsi
5. Teman satu angkatan jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) yang selalu memberikan dukungan maupun motivasi.

Cirebon, September 2013

Penulis

Moh. Nadzirul Alam



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS	iv
PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
RIWAYAT HIDUP	vi
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Kegunaan Penelitian	4
1. Teoritis	4
2. Praktis	4
E. Kerangka Pemikiran	5

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Komunikasi	12
1. Pengertian Komunikasi	12
2. Proses Komunikasi.....	13



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Strategi Komunikasi.....	15
4. Saluran Komunikasi dan Media Massa.....	22
B. Dakwah	23
1. Komunikasi Dakwah.....	23
2. Dakwah Sebagai Bentuk Komunikasi Khas	25
3. Mubaligh Sebagai Komunikator	26
4. Pesan Dakwah	28
5. Metode Dakwah	30
6. Tujuan Komunikasi Dakwah	31
C. Perangkat Audio Visual Sebagai Media Dakwah.....	35
1. Peranan <i>Audio Visual Aids</i> dalam Proses Dakwah	38
2. LCD Projector (<i>Infocus</i>).....	39

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian	41
B. Responden.....	41
C. Teknik Pengumpulan Data.....	43
D. Teknik Analisis Data.....	45

BAB IV

PEMBAHASAN HASIL TEMUAN DI LAPANGAN

A. Gambaran Objektif Lokasi Penelitian	46
1. Lokasi Penelitian.....	46
2. Sejarah Masjid At-Taqwa Kota Cirebon.....	46
3. Letak Geografis Masjid At-Taqwa Kota Cirebon.....	47
4. Islamic Centre Kota Cirebon (ICC)	49
5. Sarana dan Prasarana.....	50
6. Struktur Organisasi	51
7. Program Kerja	52
8. Visi Islamic Centre Kota Cirebon.....	54



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

9. Jadwal Kegiatan At-Taqwa Kota Cirebon	55
B. Respon Audien terhadap model Dakwah menggunakan Media perangkat <i>Infocus</i> dengan tidak menggunakan Media perangkat <i>Infocus</i>	56
C. Respon Audien tentang pengaruh dakwah melalui perangkat <i>Infocus</i> terhadap proses dakwah pada Jamaah Masjid AT-Taqwa kota Cirebon	59.

BAB V

PENUTUP

1. KESIMPULAN	64
2. SARAN-SARAN	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN	70



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era 90-an Indonesia diramaikan oleh kiprah beberapa da'i yang sangat piawai di atas podium dan mampu menyedot ribuan masa dalam setiap penampilannya, seperti K.H. Zainuddin MZ dan K.H. Jujun Junaedi. Pada masa itu, di mana teknologi komunikasi dan informasi belum berkembang seperti sekarang ini, para da'i tersebut mampu mengemas dakwah menjadi suatu "suguhan" yang "enak" dan selalu dinantikan umat.

Dewasa ini, dengan mudah, dapat kita temui berbagai aktifitas dakwah dalam kehidupan sehari-hari. Baik itu di dalam masjid atau melalui media massa seperti televisi, radio, maupun surat kabar, atau yang sedang berkembang saat ini dengan media internet. Bentuknya pun bermacam-macam, seperti ceramah, dialog interaktif, diskusi lepas, cerita-cerita yang mengandung pelajaran, film atau pun berupa tulisan-tulisan yang bermuatan dakwah. Bahkan saat ini, di sebuah televisi swasta nasional, sedang berlangsung program *reality show* "Da'i Muda". Suatu ajang untuk mencari bibit-bibit da'i potensial yang nantinya akan diterjunkan di masyarakat untuk mengembangkan dan menyebarkan syi'ar islam.

Salah satu metode atau model dakwah yang paling sering dan umum digunakan oleh para da'i adalah model ceramah. Secara singkat ceramah adalah suatu teknik atau metode dakwah yang banyak diwarnai oleh ciri karakteristik bicara seorang da'i pada suatu aktifitas dakwah. Ceramah dapat pula bersifat propaganda, kampanye, berpidato, *khidbah*, sambutan, mengajar dan sebagainya



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

(Asmuni Syukry, Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam, Surabaya: al-Ikhlâs, 1983, hlm 160-162). Beberapa tokoh-tokoh dakwah yang terkenal karena teknik ceramahnya, di Indonesia adalah, Zainudin M.Z., A.A. Gym, Ustdz. Solmed, dan Ustdz. Jefri.

Salah satu kelemahan dari model ceramah adalah aspek yang mendominasi dalam penyampaian materi dakwahnya bersifat *auditif*. Dampaknya, *madh'u* akan cepat merasa jenuh jika sang da'i tidak dapat mengemas pesan dakwah yang disampaikannya dengan baik. Beberapa da'i mensiasatinya dengan menyisipkan *lawakan* dalam ceramahnya, akan tetapi akibatnya, *madh'u* menjadi lebih fokus terhadap isi lawakan alih-alih pesan dakwahnya. Menyikapi kondisi masyarakat yang semakin dinamis dan berkembang, diperlukan strategi-strategi dakwah yang matang agar dakwah, khususnya model ceramah, dapat terus tumbuh dan berkembang dalam masyarakat.

Permasalahan yang sering dihadapi dalam dakwah adalah pesan yang disampaikan oleh *Da'i* tidak sampai kepada *audience*. Sering kali *madh'u* merasa jenuh, atau bosan karena pengemasan pesan dakwah yang disampaikan cenderung monoton. Akibatnya *madh'u* tidak fokus terhadap materi yang disampaikan oleh da'i. Mengantuk atau *ngobrol* dengan *audience* yang lain. Dalam hal ini penentuan strategi dan pengemasan proses dakwah memegang peranan penting dalam suatu aktifitas dakwah, apakah pesan tersebut dapat dimengerti oleh *audience* atau tidak?

Salah satu karya dari kemajuan teknologi informasi dan komunikasi adalah *Infocus*. Alat yang berfungsi untuk memproyeksikan gambar, tulisan atau objek

apapun yang dikoneksikan kepadanya, baik itu *computer*, *laptop*, *notebook*, dan media-media lainnya. Perangkat audio visual ini mungkin lebih akrab di dunia bisnis atau pun pendidikan sebagai salah satu *property* yang kerap digunakan dalam presentasi-presentasi atau seminar-seminar dewasa ini. Salah satu keunggulan perangkat ini adalah, selain memiliki aspek audio visual, objek yang diproyeksikan dapat dilakukan pembesaran dengan ukuran yang diinginkan dan dengan cara penggunaan yang relatif sederhana.

Meskipun perangkat audio visual tersebut relatif akrab dalam dunia bisnis dan pendidikan, lain halnya dalam dunia dakwah. Para da'i belum banyak yang menggunakan perangkat ini untuk menunjang aktifitas dakwah yang mereka lakukan, khususnya dalam model ceramah. Kondisi tersebut melatari penyusunan skripsi penulis dengan judul “Penggunaan Media perangkat *Infocus* Dalam Berdakwah dan Respon Audien Terhadap Kefektifan Pesan Dakwah”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas perumusan masalah penelitian ini adalah?

1. Bagaimana Respon Audien terhadap model Dakwah menggunakan Media perangkat *Infocus* dengan tidak menggunakan Media perangkat *Infocus*?
2. Bagaimana Respon Audien tentang pengaruh dakwah melalui perangkat *Infocus* terhadap proses dakwah pada Jamaah Masjid AT-Taqwa kota Cirebon?





C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah, sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Respon Audienterhadap model Dakwah menggunakan Media perangkat *Infocus* dengan tidak menggunakan Media perangkat *Infocus*
2. Untuk Mengetahui Respon Audien tentang pengaruh dakwah melalui perangkat *Infocus* terhadap proses dakwah pada Jamaah Masjid AT-Taqwa kota Cirebon

D. Kegunaan Penelitian

1. Teoritis

- a. Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dalam mengembangkan Ilmu Dakwah, terutama tentang penggunaan media *infocus* dan pengaruhnya terhadap pemahaman pesan dakwah yang disampaikan Da'i.
- b. Diharapkan dari penelitian ini dapat menambahkan pengetahuan dan pemahaman serta sebagai sumber tambahan bagi penelitian selanjutnya yang akan meneliti dengan masalah yang sama.

2. Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi yang bermanfaat bagi para da'i atau lembaga-lembaga dakwah dalam merumuskan strategi-strategi dakwah guna meningkatkan pemahaman *madh'u* terhadap pesan dakwah yang disampaikan.

E. Kerangka Pemikiran

Dakwah merupakan aktifitas komunikasi. Karenanya, kita perlu untuk memahami komunikasi guna memperoleh pemahaman dakwah yang lengkap. Komunikasi merupakan hal yang sangat krusial dalam kehidupan manusia. Bagaimanapun kondisi seorang manusia (normal atau *handicap*) tetap tidak dapat dilepaskan dari suatu proses komunikasi. Baik itu untuk memenuhi kebutuhan dasarnya seperti, makan, minum, atau kebutuhan-kebutuhan lainnya yang bersifat sekunder seperti, hiburan dan pendidikan. Usia komunikasi sama tuanya dengan usia manusia itu sendiri. Akan tetapi, karena sudah merupakan hal yang biasa terjadi, sehari-hari, terkadang kita tidak memikirkan komunikasi itu sendiri. Sudah berlangsung efektifkah atau belum, bahkan mungkin tidak efektif sama sekali? Berikut adalah beberapa kekeliruan tentang komunikasi:

- Tidak ada yang sukar tentang komunikasi. Komunikasi adalah kemampuan alamiah; setiap orang mengetahui apa komunikasi itu dan mampu melakukannya
- Keterampilan berkomunikasi adalah bakat, sifat bawaan, bukan diperoleh karena usaha atau pendidikan.
- Saya berbicara, karena itu dengan sendirinya saya berkomunikasi. (mengatakan sesuatu baru langkah pertama berkomunikasi yang ditafsirkan orang berdasarkan pengalaman orang tersebut).
- Komunikasi terjadi hanya jika saya menghendakinya.
- Komunikasi adalah proses verbal. (padahal komunikasi juga proses nonverbal yang mempengaruhi orang lain).



- Kita membutuhkan lebih banyak komunikasi (anggapan kuantitas komunikasi berhubungan dengan kualitas hidup)
- Makna terdapat pada kata-kata (padahal oranglah yang memberikan makna).
- Komunikasi adalah *panasea* universal. (komunikasi bukan obat ajaib untuk mengatasi semua persoalan masyarakat. Komunikasi sekedar alat untuk mencapai tujuan mulia atau pun tujuan jahat. (Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikas, Suatu Pengantar*, 2007: xi)

Menurut Redi Panuju (2000 : 5) Komunikasi sering diartikan sebagai transfer informasi atau pesan-pesan (*message*) dari pengirim pesan (komunikator) kepada penerima (komunikan). Dengan catatan pula bahwa proses tersebut bertujuan mencapai saling pengertian (*mutual understanding*).

Sebelum komunikator mengirimkan pesan-pesan kepada komunikan, terlebih dahulu ia memberi makna pada pesan-pesan itu (*decode*). Pesan tadi ditangkap oleh komunikan dan diberi makna sesuai dengan konsep-konsep yang ia miliki (*encode*). Melalui proses interpretasi, yakni menafsirkan makna-makna tersebut dari berbagai sudut pandang (perspektif), akan dihasilkan makna tertentu sesuai dengan kerangka pengalaman (*field of experience*) dan kerangka referensi (*field of references*) yang dimiliki komunikan. Demikian seterusnya. Bila komunikan memandang perlu untuk memberikan umpan balik (*feedback*) kepada komunikator, komunikan akan terlebih dahulu memberikan pemaknaan terhadap *feedback* tersebut.



Untuk mencapai komunikasi yang efektif perlu didukung oleh materi dan media agar isi dari komunikasi tepat mengenai sasaran dan *audience* tidak merasa jenuh. Ada banyak alasan mengapa *audience* merasa jenuh. Mungkin topik yang dibicarakan tidak menarik, topik yang dibicarakan tidak relevan, yang menyampaikan topik bukan orang yang menguasai materi, penyaji kurang persiapan, dalam penyampaiannya kering, tanpa ilustrasi, contoh : gambar (*visual*) dan suara (*audio*).

Dalam konteks dakwah, Da'i dituntut untuk dapat melakukan dakwah yang menarik dan efektif, sehingga informasi yang disampaikan dapat dimengerti oleh *audience*. Seorang Da'i berperan sebagai komunikator (pengirim pesan) dan *audience* berperan sebagai komunikan (penerima pesan).

Dakwah merupakan proses komunikasi. Komunikasi sering diartikan sebagai transfer informasi atau pesan-pesan (*message*) dari pengirim pesan (komunikator) kepada penerima (komunikan). Dengan catatan pula bahwa proses tersebut bertujuan mencapai saling pengertian (*mutual understanding*).

Menurut teori stimulus response ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Hal ini dapat dirumuskan dalam model teori S – O – R yaitu :

1. Pesan (stimulus, S)
2. Komunikan (organism, O)
3. Efek (response, R).



Melalui komunikasi kita menemukan hubungan kita dengan dunia disekitar kita. Hubungan kita dengan orang lain akan menentukan kualitas hidup kita. Komunikasi efektif Menurut Stewart L Tubbs dan Sylvia Moss yang dikutip oleh Jalaludin Rakhmat (2003 : 13) – komunikasi efektif paling tidak harus menimbulkan 5 (lima) hal : *Pengertian, kesenangan, pengaruh pada sikap hubungan yang makin baik, dan tindakan.*

1. Pengertian, artinya penerimaan yang cermat dari isi stimuli seperti yang dimaksudkan komunikator.
2. Kesenangan, tidak semua komunikasi ditujukan untuk menyampaikan informasi dan membentuk pengertian. Komunikasi itu hanya dilakukan untuk mengupayakan agar orang lain merasa apa yang disebut Analisis Transaksional.
3. Mempengaruhi sikap, persuasi didefinisikan sebagai proses mempengaruhi pendapat, sikap dan tindakan orang dengan menggunakan manipulasi psikologi sehingga orang tersebut bertindak seperti atas kehendaknya.
4. Hubungan sosial yang baik, manusia adalah makhluk sosial yang tidak tahan hidup sendiri. Kita ingin berhubungan dengan orang lain secara positif.
5. Tindakan, persuasi juga ditujukan untuk melahirkan tindakan yang dikehendaki.

Keefektifan dakwah akan terjadi apabila ada komunikasi yang efektif antara sumber pesan (*Da'i*) dengan penerima pesan (*audience*). Komunikasi tersebut



efektif, menurut Berlo (1960) ditandai dengan adanya *area of experience* atau daerah pengalaman yang sama antara penyalur pesan dengan penerima pesan.

Untuk mencapai dakwah yang efektif perlu didukung dengan suasana yang tidak membuat *audience* merasa jenuh. Salah satu metode yang digunakan untuk menciptakan suasana yang tidak membosankan adalah dengan menggunakan media *audio visual*. Dengan penggunaan media audio visual selain menimbulkan daya tarik, akan lebih memudahkan *audience* dalam menerima pesan yang disampaikan oleh Da'i.

Menurut Vernon A. Magnesen (1983), (DePorter, Bobbi; Reardon, Mark; Mourie, Sarah Singer, 2000) menjelaskan bahwa kita belajar 10% dari apa yang kita baca, 20% dari apa yang kita dengar, 30% dari apa yang kita lihat, 50% dari apa yang kita lihat dan dengar, 70% dari apa yang kita katakan, 90% dari apa yang kita katakan dan lakukan. Artinya seseorang bisa menyerap informasi paling banyak pada saat dia melakukan atau mempraktekkan materi yang diterimanya¹.

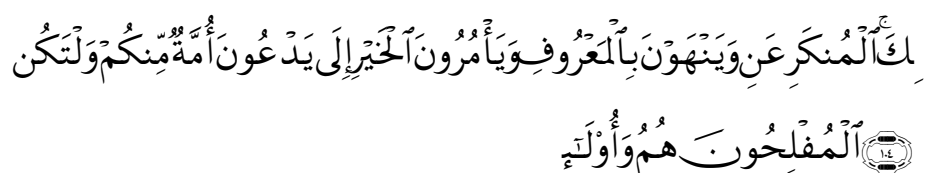
Menurut Kenneth E. Anderson dalam Rakhmat (2003 : 52) “perhatian adalah proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah” perhatian terjadi bila kita mengkonsentrasikan diri pada salah satu alat indera kita, dan mengesampingkan masukan-masukan melalui alat indera kita, dan mengesampingkan masukan-masukan melalui alat indera yang lainnya. Apa yang kita perhatikan ditentukan oleh faktor-faktor situasional dan personal. Faktor situasional terkadang disebut sebagai Determinan perhatian yang bersifat eksternal atau penarik perhatian

¹www.bpkpenabur.or.id/jurnal/04/067-075



(*attention getter*), stimuli diperhatikan karena mempunyai sifat-sifat yang menonjol, antara lain : gerakan, intensitas stimuli, kebaruan, dan perulangan.

Dakwah dalam Islam merupakan keharusan setiap pemeluknya, tidak terbatas pada status sosial, latar belakang pendidikan, maupun juga jumlah kekayaan yang dimilikinya. Dakwah itu sendiri menurut etimologi berarti menyeru, mengajak atau menundang dengan asal kata *da'a*, *yad'u*, *da'watan* (Bahasa Arab). Adapun secara istilah *term* dakwah memiliki makna yang bermacam-macam, salah satunya adalah menurut Al-Ustadz al Bahi-al-Khuli: "Dakwah Islam yaitu menghantarkan umat dari satu tempat/kondisi ke tempat/kondisi yang lain (*Tadzkiroh ad-Du'at hal:35, th.1379 H, Daarul Qalam*). Adapun mengenai kewajiban untuk melakukan seruan dakwah tersebut dapat dilihat dalam surat Ali Imran ayat 104:



104. dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung. (Q.S. Ali Imran: 104).

Islam tidak membatasi bentuk atau model dakwah yang dilakukan umatnya, hanya saja memberikan panduan atau aturan dalam pelaksanaannya. Hal tersebut sebagaimana yang termaktub dalam surat an-Nahl ayat 125:



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

حَسَنُ هِيَ بَالَّتِي وَجَدَلَهُمُ الْحَسَنَةُ وَالْمَوْعِظَةُ بِالْحِكْمَةِ رَبِّكَ سَبِيلٌ إِلَى أَدْعُ
بِالْمُهْتَدِينَ أَعْلَمُ وَهُوَ سَبِيلُهُ عَنْ ضَلَّ بِمَنْ أَعْلَمُ هُوَ رَبُّكَ إِنَّ

125. serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk. (Q.S. an-Nahl: 125).

Dakwah Islam dapat berbagai macam bentuknya, seperti: dialog interaktif, diskusi, perkataan atau perbuatan yang baik dan, salah satu yang paling umum dan sering ditemui yaitu, model ceramah.

Memang, dalam perkembangannya, para pelaku dakwah—da'i, selalu mengembangkan teknik, metode serta sarana yang mereka gunakan dalam aktifitas dakwahnya, hanya saja menurut Herbert Spencer, seorang Sosiolog sekaligus seorang Filsuf dengan teorinya tentang perkembangan masyarakat dinamis, bahwa: "Perkembangan zaman yang begitu pesat seperti yang telah dijelaskan di atas sangat mempengaruhi masyarakatnya. Masyarakat pun menjadi masyarakat yang dinamis".





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

DAFTAR PUSTAKA

- MuhyidinAsep, ahmadagus safei, *Metode Pengembangan Dakwah*, bandung, pustaka setia, 2002.
- Kusnawan Aep. 2004. *Ilmu Dakwah*, Pustaka Bani Quraisy, Bandung.
- AbduAndi l Muis. 2001. *Komunikasi Islam*, Remaja Rosda karya, Bandung
- Dedi Mulyana, 2005. *Komunikasi Antar Budaya*, PT. Remaja Rosdakarya. Bandung
- Departemenurusan agama islam, wakap, da'wah irsyad kerajaan saudi arabia, al-Qur'anul Karim dan terjemahnya, jakarta, yayasan penyelenggara penerjemahanpenafsir al-qur'an, 1990.
- Effendi Onong Uchyana. "*Ilmu Komunikasi*". Remaja Rosdakarya. Bandung. 1984
- EffendyOnong Uchyana. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Remaja Rosdakarya Bandung, 2006.
- Asnawir M. basyirudin usman, media pembelajaran, jakarta, ciputat pers, 2002.
- <http://erikaoktavianiputri.blogspot.com/2011/05/pengertian-proyektor.html>
- <http://asyikbelajar-komputer.blogspot.com/2011/04/cara-menggunakan-lcd-proyektor.html>
- M. Munir S. *Metode Dakwah. Rahmat Semesta*, 2003, Jakarta
- Munir, M.,dkk. *Metode Dakwah*, Jakarta: Kencana, 2006
- Munir,MulkhamAbdul. *Ideologisasi Gerakan Dakwah*, PT. Raja Grafindo Persada 1996, Jakarta
- Rafi'udin, Maman Abdul Djaliel. 1997. *Prinsip dan Strategi Dakwah*, Pustaka Setia, Bandung.
- Rakhmat, jalaludin. "*Psikologi Kumunikasi*". Remaja Rosda Karya. Bandung. 2002

Sujiono Bambang. “*Metode Pengembangan Fisik*”. Universitas Terbuka. Jakarta. 2005

TasmaraToto.*Komunikasi Dakwah*. Gaya Media Pratama. Jakarta. 1997

VardiansyahDani.*Pengantar Ilmu Komunikasi*.Gralia Indonesia. Bogor.

2004www1.bpkpenabur.or.id/jurnal/04/067-075

www.kompas.com edisi Selasa, 28 Agustus 2001

www.pikiran-rakyat.com/cetak/0803/09/hikmah/psikologi.edisi Sabtu, 09 Agustus 2003

Zaman Badru, “*Media dan Sumber Belajar TK*”. Pusat Penerbitan Universitas Terbuka. Jakarta. 2005

